

O CÓDIGO DO CONSUMIDOR E OS CONTRATOS FINANCEIROS COM CLÁUSULA DE REAJUSTE PELA VARIAÇÃO CAMBIAL DO DÓLAR

SERGIO CAVALIERI FILHO

Desembargador do TJ/RJ e Professor da Universidade Estácio de Sá

I. A QUEDA DO REAL – ÚLTIMA VERSÃO DE UM VELHO FILME

Lamentavelmente, já vimos esse filme inúmeras vezes nestes últimos quinze anos. A cada novo malogro dos mirabolantes planos econômicos engendrados pelos nossos magos da economia, a Justiça brasileira é inundada por enchurradas de novas ações. A última versão desse velho e deplorável filme foi editada pela queda do real. Milhares de pessoas tiveram frustrado o seu sonho de consumo porque acreditaram na estabilidade da política econômica, que, na verdade, não passou de mais um engodo eleitoreiro. Vencidas as eleições de outubro/98, menos de dois meses depois o dólar subiu para patamares astronômicos.

Todos os brasileiros sofreram e ainda sofrem as trágicas consequências da desvalorização do real – alta imediata dos combustíveis e remédios, elevação gradativa dos preços de todos os demais produtos e serviços, volta da inflação, empobrecimento geral. A mais imediata consequência, porém, abateu-se sobre grande faixa da população, notadamente da classe média, que havia celebrado contrato de financiamento de produtos com cláusula de reajuste atrelado ao dólar. No dia seguinte ao da queda do real o valor da prestação quase que duplicou, outro caminho não restando para as vítimas do “neoliberalismo” e da “globalização econômica” senão aquele de buscar a Justiça.

Como enfrentar essa questão? Terá o Judiciário os instrumentos jurídicos adequados para fazer a necessária justiça? Bancos e financeiras oferecem tenaz resistência às ações de revisão dos contratos financeiros com base no direito tradicional concebido à luz de princípios romanísticos – a

autonomia da vontade, a liberdade de contratar, o *pacta sunt servanda* e assim por diante. Creio, todavia, ter chegado o momento do Judiciário aplicar o novo direito editado no Código do Consumidor para todas as relações de consumo, direito esse que foi erigido justamente porque o direito tradicional estava envelhecido e ultrapassado.

Após a vigência do CDC nenhum juiz pode decidir qualquer questão sem antes verificar se está ou não em face de uma relação de consumo. E relação de consumo é aquela que tem numa ponta um fornecedor, cujo conceito está no art. 3º do CDC, na outra ponta o consumidor (art. 2º), e por objeto o fornecimento de um produto ou serviço. Caracterizada a relação de consumo, terá o juiz que aplicar a disciplina do CDC, mesmo porque as suas normas são de ordem pública e interesse social (art. 1º), vale dizer, de observância necessária.

Creio, ainda, ter chegado o momento de nos lembrarmos que o Código do Consumidor veio à lume justamente para dotar o Judiciário com os instrumentos jurídicos adequados para fazer a necessária justiça em situações como esta que atualmente vivenciamos; que o Código foi editado para cumprir uma determinação constitucional – promover a defesa do consumidor (art. 5º, XXXII), restabelecer o equilíbrio e a igualdade nas relações de consumo profundamente abaladas pelo descompasso entre o social e o jurídico (CDC art. 8, III). Em outras palavras, a vulnerabilidade do consumidor é a própria razão de ser do nosso Código do Consumidor; ele existe porque o consumidor está em posição de desvantagem técnica e jurídica em face do fornecedor. E foi justamente em razão dessa vulnerabilidade que o Código consagrou uma nova concepção do contrato – um conceito social – no qual a autonomia da vontade não é mais o seu único e essencial elemento mas também, e principalmente, os efeitos sociais que esse contrato vai produzir e a situação econômica e jurídica das partes que o integram. Ainda em razão dessa vulnerabilidade, o Estado passou a intervir no mercado de consumo ora controlando preços e vedando cláusulas abusivas, ora impondo o conteúdo de outras e, em certos casos, até obrigando a contratar como no caso dos serviços públicos. Ao juiz foram outorgados poderes especiais, não usuais no direito tradicional, que lhe permitem, por exemplo, inverter o ônus da prova em favor do consumidor, desconsiderar a pessoa jurídica, nulificar de ofício as cláusulas abusivas, presumir a responsabilidade do fornecedor até prova em contrário, e assim por diante.

O que se busca através dessas novas regras e princípios, repita-se, é o restabelecimento do equilíbrio nas relações de consumo. Não sendo possível colocar milhões de consumidores em uma sala de aula para que tomem conhecimento dos seus direitos, o Código estende sobre todos uma espécie de manto jurídico protetor para compensar a sua vulnerabilidade. Aí está, em síntese, a finalidade do CDC.

II. INCIDÊNCIA DO CDC NOS CONTRATOS DE FINANCIAMENTO

Feitas estas rápidas considerações acerca do Código do Consumidor e sua finalidade, parece-me que o passo seguinte é saber se os contratos de financiamento em geral configuram ou não contratos de consumo e, como tais, se estão sujeitos à disciplina do Código do Consumidor. Entendo não ser possível negar essa sujeição tendo em vista que o referido diploma legal, em seu art. 3º, § 2º, incluiu expressamente a **atividade financeira** no conceito de serviço. Tratando-se, como se trata, de conceito legal, não há como excluir as instituições financeiras da incidência do Código do Consumidor. O que se pode discutir quanto às operações financeiras é se o outro contratante é ou não consumidor, o que também não faz sentido na espécie em exame em face do conceito legal de consumidor, constante do artigo 2º do mesmo diploma legal.

No artigo 52 o Código ratifica os termos do art. 3, § 2º, ao se referir à **outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor**, determinando expressamente **que o preço do produto ou serviço seja em moeda corrente nacional**. Ao assim fazer, o Código afastou qualquer dúvida quanto à sua incidência em todos os contratos que envolvem crédito ao consumidor, tais como mútuo, abertura de crédito rotativo, cartas de crédito, financiamento para aquisição de produto durável por alienação fiduciária, reserva de domínio, arrendamento mercantil, enfim, não só nos contratos bancários mas também nos celebrados entre o consumidor e instituição **financeira tout court**.

Baseada nas distinções clássicas feitas pela economia entre consumo, poupança e investimentos, e, ainda, entre produção e consumo, parte da doutrina sustenta que o CDC é inaplicável à maior porção da atividade bancária – empréstimos, financiamentos, poupança, investimentos etc. – porque o dinheiro e o crédito não constituem produtos adquiridos ou usados pelo destinatário final, sendo ao contrário instrumentos ou meios de pagamento, que circulam na sociedade e em relação aos quais não há destinatário final

– a não ser os colecionadores de moedas e o Banco Central quando retira a moeda de circulação (Arnold Wald, “O direito do consumidor e suas repercussões em relação às instituições financeiras”, **RT** 6667/17).

Não obstante o respeito que merecem os que assim sustentam, não cabe aqui invocar conceitos da economia, nem buscar o sentido do vocábulo **consumidor** nos dicionários ou em vetustos institutos do Código Civil, porque o Código do Consumidor, como já visto, tem conceito próprio, segundo o qual **consumidor não é quem consome**, mas sim quem **adquire** ou **utiliza** produtos ou serviços como destinatário final. Esse conceito legal, vale dizer, interpretação autêntica, é vinculativo para o intérprete, sendo-lhe vedado buscar outra inteligência para a norma que não seja aquela nela própria estabelecida.

Utilizar, afirmamos em outra oportunidade, não significa apenas gastar, extinguir, destruir, consumir, mas também usar, utilizar, fruir, sem implicar em necessária destruição da própria substância do bem. Importa então em dizer que haverá relação de consumo não só quando produtos e serviços são consumidos, mas também quando deles usufrui o consumidor como destinatário final; não só quando o consumidor compra gêneros alimentícios e medicamentos para si e sua família, mas também quando adquire livros, eletrodomésticos, móveis, veículos, imóveis e outros bens duráveis como destinatário final. Mesmo no caso de aluguel de bens imperecíveis, haverá relação de consumo.

José Augusto Delgado, professor de Direito Público e eminente Ministro do Superior Tribunal de Justiça, após examinar minuciosamente todos os argumentos da corrente que defende a inaplicabilidade do CDC às atividades financeiras e bancárias, faz a seguinte afirmação: “Não me permito empregar qualquer interpretação restritiva aos dispositivos legais que compõem o Código de Proteção ao Consumidor, pelo fato de que ele tem por finalidade tornar efetiva uma garantia constitucional. A expressão *natureza bancária, financeira e de crédito* contida no § 2º, do art. 3º, não comporta que se afirme referir-se, apenas, a determinadas operações de crédito ao consumidor. Se a vontade do legislador fosse essa, ele teria explicitamente feito a restrição, que, se existisse, daria ensejo a se analisar da sua ruptura com os ditames da Carta Magna sobre o tema” (“Interpretação dos Contratos Regulados pelo Código de Proteção ao Consumidor”, **Informativo Jurídico da Biblioteca Ministro Oscar Saraiva**, v.8, n.2, 1996, p.109).

Em artigo publicado na **Revista dos Tribunais** – “Conceitos fundamentais do Código de Defesa do Consumidor” -, Adalberto Pasqualotto colocou com felicidade a questão: “Embora o dinheiro, em si mesmo, não seja objeto de consumo, ao funcionar como elemento de troca a moeda adquire a natureza de bem de consumo. As operações de crédito ao consumidor são negócios de consumo por conexão, compreendendo-se nessa classificação todos os meios de pagamento em que ocorre diferimento da prestação monetária, como cartões de crédito, cheques-presentes etc.” (RT 666/53).

No mesmo sentido Nelson Nery Júnior, um dos autores do anteprojeto: “Analisando o problema da classificação do banco como empresa e de sua atividade negocial, tem-se que é considerado pelo art. 3º, *caput*, do CDC, como fornecedor, vale dizer, como um dos sujeitos da relação de consumo.

O produto da atividade negocial do banco é o crédito; agem os bancos, ainda, na qualidade de prestadores de serviço quando recebem tributos mesmo de não clientes, fornecem extratos de contas bancárias por meio de computador etc. Podem os bancos, ainda, celebrar contrato de aluguel de cofre, para a guarda de valores, igualmente enquadrável no conceito de relação de consumo. **Suas atividades envolvem, pois, os dois objetos das relações de consumo: os produtos e os serviços.”**

“O aspecto central da problemática da consideração das atividades bancárias como sendo relações jurídicas de consumo reside na **finalidade** dos contratos realizados com os bancos. Havendo a outorga do dinheiro ou do crédito para que o devedor o utilize **como destinatário final**, há a relação de consumo que enseja a aplicação dos dispositivos do CDC. Caso o devedor tome dinheiro ou crédito emprestado do banco para repassá-lo, não será destinatário final e portanto não há que se falar em relação de consumo. Como as regras normais de experiência nos dão conta de que, a pessoa física que empresta dinheiro ou toma crédito de banco o faz para sua utilização pessoal, como destinatário final, existe aqui presunção *hominis, juris tantum*, de que se trata de relação de consumo, quer dizer, de que o dinheiro será destinado ao consumo. O ônus de provar o contrário, ou seja, que o dinheiro ou crédito tomado pela pessoa física não foi destinado ao uso final do devedor, é do banco, quer porque se trata de presunção a favor do mutuário ou creditado, quer porque poderá incidir o art. 6º, nº VIII, do CDC, com a inversão do ônus da prova a favor do consumidor.”

“O Código de Defesa do Consumidor evidentemente conferiu regime jurídico próprio aos produtos, que chamou de qualquer bem, móvel ou

imóvel, material ou imaterial (art. 3º, § 1º), noção muito mais abrangente que a de bem e a de coisa, do Código Civil. O crédito seria um bem imaterial dado ao consumidor em decorrência do conceito que goza na praça, da confiança que o banco nele deposita, em virtude, ainda, da suficiência de seu patrimônio para garantir eventual empréstimo” (**Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelo Autores do Anteprojeto**, 2ª ed., Forense, p. 304, 305 e 308).

Como se vê, qualquer que seja o ângulo pelo qual se examine a questão – quer como produto, quer como serviço -, não há fundamento jurídico que permita afastar a aplicação do Código do Consumidor das operações de crédito. As financeiras, assim como os bancos, são empresas comerciais que captam recursos no mercado financeiro para os redistribuir em operações de crédito. O produto da atividade das instituições financeiras é o dinheiro e o crédito conferido ao cliente para ser utilizado no consumo de produtos e serviços. Só não haverá relação de consumo caso o devedor tome o dinheiro para repassá-lo.

III. PRINCÍPIOS DO CÓDIGO DO CONSUMIDOR APLICÁVEIS AOS CONTRATOS FINANCEIROS

Assentada a incidência do Código do Consumidor nos contratos financeiros, cumpre agora saber se a cláusula de reajuste pela variação cambial do dólar se harmoniza ou não com os princípios básicos daquele diploma legal. Entre tais princípios merecem destaque os da transparência, da confiança e o da boa-fé objetiva – verdadeiras cláusulas gerais.

Transparência indica, em última instância, o dever que tem o fornecedor de prestar informações claras, precisas e objetivas sobre o contrato e seus efeitos – direitos, obrigações, restrições etc. Vamos encontrar esse princípio repetido em vários dispositivos do CDC – art. 6, III, 31, 54, § 3º. Isso está a evidenciar que nos contratos de consumo não cabem subterfúgios, o antigo *dolus bonus*. O sim deve ser sim e o não, não.

Neste ponto o Código do Consumidor inverteu os papéis. Antes era o consumidor que tinha que correr em busca da informação. Ao comprar um carro usado em uma agência tinha que virá-lo do avesso para não ser enganado. Antes de fazer um contrato de seguro tinha que procurar saber tudo a seu respeito para não ser surpreendido; tinha até que procurar conhecer as cláusulas gerais arquivadas lá em um Cartório de Ofícios em Chapecó.

Hoje, os papéis se inverteram, e é o fornecedor que tem o dever de informar, dever esse que persiste não só na fase pré-contratual, quando as informações são fundamentais para a decisão do consumidor, mas até na fase pós-contratual, como se vê do art.10, § 1º do CDC.

A violação desse dever de informar importa em **ineficácia** do contrato ou cláusula contratual – e não em nulidade que poderia ser prejudicial ao consumidor -, consoante artigo 46 do CDC. Lembro, ainda, que a publicidade enganosa ou fraudulenta é expressamente vedada no art. 37 do CDC porque importa em violação do princípio da **transparência**.

Ora, a simples leitura dos contratos de financiamento que chegam ao Judiciário basta para revelar que nem mesmo o profissional do direito tem condições de assimilar, num primeiro exame, a complexidade dos negócios jurídicos neles contidos. São contratos de adesão impressos, contendo cláusulas padrões complexas, redigidas sem as exigências estabelecidas no art. 54, § 3º do CDC. Como então admitir tenha tido o consumidor pleno conhecimento do negócio que realizou? À toda evidência, não tem o consumidor a menor noção do que seja assumir uma dívida em dólar. Não tem condições de entender que, ao comprar um carro financiado numa agência no Rio de Janeiro, está assumindo a mesma obrigação de alguém que o tivesse comprado em Nova Iorque, ou ainda pior, porque lá as taxas de juros são mais justas.

Destarte, a menos que o financiador prove ter dado ao consumidor todos os esclarecimentos necessários sobre os riscos e conseqüências de concordar com uma prestação corrigida pela variação cambial do dólar, a cláusula que a estabeleceu deve ser considerada como não escrita por violação do princípio da transparência, consoante o já citado artigo 46 do CDC que diz: “Os contratos (ou cláusulas) que regulam as relações de consumo **não obrigarão** os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, **ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.**”

Confiança, por seu turno, está intimamente ligado ao princípio da transparência, e consiste na credibilidade que o consumidor deposita no vínculo contratual como instrumento adequado para alcançar os fins que razoavelmente dele se espera. Esse princípio prestigia as legítimas expectativas do consumidor no contrato. Quem compra um carro financiado tem a legítima expectativa de que as bases contratuais do negócio não serão alte-

radas no curso do contrato e, assim, continuará tendo condições de pagar as prestações até o final do financiamento. A cláusula de reajuste pela variação do dólar frustrou essa legítima expectativa, violou o princípio da confiança, funcionou como verdadeira cláusula surpresa, pelo que não pode prevalecer. O consumidor que viu e ouviu o Sr. Presidente da República prometer repetidamente, pela televisão, rádio e jornais, que o real continuaria estável, não pode ser frustrado em sua confiança e credibilidade. Não é o caso dos bancos e instituições financeiras, porquanto, além de conhecerem as regras desse mercado, nelas influenciam fazendo o câmbio flutuar, pelo que sabiam muito bem dos riscos do seu negócio. Tanto é assim que muitas empresas tinham até seguro contra uma eventual subida do dólar.

Por fim, o princípio da **boa-fé objetiva**, um dos mais importantes princípios do direito revitalizado e consagrado pelo CDC em seu artigo 4º, III, como princípio orientador da interpretação, e em seu art. 51, IV, como cláusula geral de conduta. Boa-fé objetiva, na precisa lição da douta Cláudia Lima Marques, significa uma atuação refletida, pensando no parceiro contratual, respeitando seus interesses legítimos, suas expectativas razoáveis, seus direitos, agindo com lealdade, sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão ou desvantagem excessiva, cooperando para atingir o bom fim das obrigações (Contratos no Código de Defesa do Consumidor, RT, 3ª ed., p.107). É comportamento ético, padrão de conduta, tomado como paradigma o homem honrado, leal e honesto. Ainda pela ótica da eminente autora, a boa-fé objetiva possui uma dupla função na formação e na execução das obrigações: é fonte de novos deveres especiais de conduta durante o vínculo contratual, os chamados deveres anexos, e é causa limitadora do exercício, antes lícito, hoje abusivo, dos direitos subjetivos (Ob. cit., p.106).

Em outras palavras, o contrato não envolve apenas a obrigação de prestar; envolve também obrigação de conduta ética antes, durante e após a sua celebração. Esses deveres de conduta, que acompanham as relações contratuais de consumo, são os denominados deveres anexos.

Em suma, a boa-fé objetiva impõe um comportamento jurídico de lealdade e cooperação nos contratos, uma atitude de lealdade legitimamente esperada nas relações de consumo. A cláusula de reajuste pela variação do dólar viola também o princípio da boa-fé objetiva, porque o financiador, através dela, procura transferir para o consumidor os riscos do seu negócio, riscos que lhe eram conhecidos.

Não atua com a lealdade devida e esperada o fornecedor que, prevalecendo-se de sua superioridade técnica e jurídica, lança sobre os ombros do consumidor todas as consequências da eventual desvalorização do real, consequências essas que não lhe eram desconhecidas, tanto assim que delas procurou se livrar.

O eminente Ministro Ruy Rosado, um dos mais ilustres membros da nossa Corte Superior de Justiça, em palestra proferida para os magistrados fluminenses, fez as seguintes considerações a respeito da relação entre a ordem econômica e a boa-fé.

“A boa-fé não é apenas um conceito ético, mas também econômico, ligado à **funcionalidade econômica do contrato e a serviço da finalidade econômico-social que o contrato persegue**. São dois os lados, ambos iluminados pela boa-fé: **externamente, o contrato assume uma função social** e é visto como um dos fenômenos integrantes da ordem econômica, nesse contexto visualizado como um fator submetido aos princípios constitucionais de justiça social, solidariedade, livre concorrência, liberdade de iniciativa etc., que fornecem os fundamentos para uma intervenção no âmbito da autonomia contratual; **internamente**, o contrato aparece como o vínculo funcional que estabelece uma planificação econômica entre as partes, **às quais incumbe comportar-se de modo a garantir a realização dos seus fins e a plena satisfação das expectativas dos participantes do negócio**. O art. 4º do Código se dirige para o aspecto externo e quer que a intervenção na economia contratual, para a harmonização dos interesses, se dê com base na boa-fé, isto é, com a superação dos interesses egoísticos das partes e com a salvaguarda dos princípios constitucionais sobre a ordem econômica através de comportamento fundado na lealdade e na confiança. Essa **intervenção na economia do contrato**, quando se dá por força da boa-fé, significará uma modificação na planificação acordada entre as partes, alterando a relação custo-benefício.”

IV. TEORIA DO ROMPIMENTO DA BASE NEGOCIAL

Se não bastasse a violação de todos esses princípios para justificar a ineficácia da cláusula em exame, teríamos ainda a teoria do rompimento da base negocial, expressamente acolhida no artigo 6º, V, do CDC, que nada mais é que uma consequência do princípio da boa-fé objetiva. Permite-se ali a “revisão das cláusulas contratuais em razão de **atos supervenientes** que as tornem excessivamente onerosas.” Não se trata da clássica teoria

da imprevisão, na qual, como o próprio nome indica, a **imprevisibilidade** é indispensável, requisito subjetivo e de difícil configuração posto que a capacidade de previsão varia de pessoa para pessoa, mas sim da teoria do rompimento da base negocial, que lida com elementos objetivos. A base negocial é o conjunto de circunstâncias existentes no momento da formação do contrato e que permitem às partes contratantes terem presente a sua viabilidade econômica. Rompe-se a base negocial sempre que modificação das circunstâncias presentes na formação do contrato inviabilizar a sua finalidade.

Como se vê, não mais se perquire, como na teoria da imprevisão, sobre a previsibilidade ou não do fato econômico superveniente. O fato pode até ser previsível mas não é esperado.

Pois bem, a questão da desvalorização do real frente ao dólar é, sem dúvida, típico caso de rompimento da base do negócio jurídico. Embora previsível, foi um fato superveniente não esperado pelo consumidor em face das constantes promessas do Governo no sentido de não alterar a política cambial, fato esse que alterou as bases negociais de tal forma que acarretou a deterioração do vínculo obrigacional. Esse fato previsível, mas não esperado, situa-se na área do risco inerente a qualquer atividade negocial, não podendo ser transferido para o consumidor.

Admita-se, por derradeiro, como mero exercício de abstração, que não tivesse aplicação nos contratos de financiamento o Código do Consumidor. Ainda assim, para ter validade a cláusula de reajuste vinculada ao dólar, teria o financiador que provar que a quantia financiada ao consumidor é resultado de empréstimos captados no exterior. Com efeito, não basta alegar que foram realizados empréstimos no estrangeiro para justificar os contratos dolarizados celebrados em nosso país. É preciso que se prove tais empréstimos e o efetivo montante dos recursos obtidos pela arrecadadora, porquanto somente até as forças desse empréstimo será lícita a cláusula de variação cambial.

V. CONCLUSÃO

A título de conclusão, transcreve-se a ementa de acórdão unânime da 2ª Câmara Cível do TJ/RJ, prolatado na Apelação Cível nº 16.654/99, da qual fui o relator, cujos fundamentos serviram de base para este trabalho.

Bancos e financeiras, à luz do CDC, são fornecedores não apenas de serviços – cobrança de contas, tributos etc – como também de

produtos. Crédito e dinheiro são os produtos da atividade negocial das financeiras, crédito este que, quando concedido ao devedor para que o utilize como destinatário final, sujeita-se à disciplina do Código de Defesa do Consumidor por força do disposto em seus artigos 3º, § 2º, 52 e incisos.

*Viola o princípio da **transparência** a cláusula contratual que estabelece o reajuste das prestações pela variação do dólar sem que tenham sido dados ao consumidor todos os esclarecimentos necessários sobre os riscos e conseqüências da mesma, pelo que deve ser considerada ineficaz.*

*Viola também dita cláusula o princípio da **confiança** na medida em que a súbita elevação do dólar frustrou a legítima expectativa do consumidor de que teria condições de continuar pagando as prestações até o final do financiamento e, assim, adquirir definitivamente o seu veículo. A cláusula de reajuste pela variação do dólar viola, ainda, o princípio da **boa-fé** objetiva porque o financiador, através dela (cláusula), procurou transferir para o consumidor os riscos do seu negócio, riscos esses que não lhe eram desconhecidos, tanto assim que deles procurou se livrar.*

O CDC, em seu art.6º, V, permite expressamente a revisão das cláusulas contratuais sempre que fatos supervenientes os tornem excessivamente onerosos. Ali, não mais se exige que esses fatos supervenientes sejam imprevisíveis, como na clássica teoria da imprevisão, bastando que sejam inesperados. A questão da desvalorização do real frente ao dólar é, sem dúvida, típico caso de rompimento da base do negócio jurídico, pois, embora previsível, foi um fato não esperado pelo consumidor em face das constantes promessas do Governo no sentido de não alterar a política cambial. Esse fato previsível, mas não esperado, situa-se na área do risco inerente a qualquer atividade negocial, não podendo ser transferido para o consumidor.

Por último, o reajuste com base em moeda estrangeira em contratos firmados e executados no Brasil, somente é cabível mediante prova de que a quantia financiada é resultado de empréstimos efetivamente obtidos pela financeira no exterior, não bastando mera alegação. ◆